

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
DISEÑADORA, PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE VESTUARIO
PARA HOMBRES Y MUJERES DE TALLA GRANDE EN EL MUNICIPIO DE
LORICA CÓRDOBA 2020**

MARCELA EDITH PÁJARO ORTEGA

ALEXANDER CASTILLO PÉREZ

UNIVERSIDAD DE CORDOBA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS JURÍDICAS Y ADMINISTRATIVAS

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

ADMINISTRACIÓN EN FINANZAS Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

LORICA-CÓRDOBA

2020

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
DISEÑADORA, PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE VESTUARIO
PARA HOMBRES Y MUJERES CON SOBREPESO EN EL MUNICIPIO DE
LORICA CÓRDOBA 2020**

MARCELA EDITH PÁJARO ORTEGA

ALEXANDER CASTILLO PÉREZ

**Trabajo de Grado presentado como requisito para optar el título de Administrador en
Finanzas y Negocios Internacionales**

DIRECTOR:

MG. NESTOR VANEGAS BUELVAS

UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS JURÍDICAS Y ADMINISTRATIVAS

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

ADMINISTRACIÓN EN FINANZAS Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

LORICA-CÓRDOBA

2020

DEDICATORIA

A Dios

*Por habernos dado la oportunidad de llegar hasta este punto, por todo su amor y bondad
para con nosotros y permitirnos lograr otra meta más.*

A nuestras Familias

*Por ser el pilar fundamental en todo lo que somos y por todo su apoyo y paciencia durante
este proceso que orgullosamente estamos en vísperas de culmina.*

AGRADECIMIENTO

A DIOS

Por su bondad, misericordia y sabiduría que nos brindó para llegar a este punto de nuestras vidas, al término de la carrera profesional

A la Universidad de Córdoba y Cuerpo Docente

Por brindarnos la oportunidad de hacer parte de esta gran familia, por haber sabido orientarnos durante todo el proceso formativo de nuestra carrera y la calidad educativa brindada a través de su excelente cuerpo docente

TABLA DE CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN	¡Error! Marcador no definido.1
2. RESUMEN EJECUTIVO	¡Error! Marcador no definido.3
3. REFERENTE TEORICO CONCEPTUAL.....	¡Error! Marcador no definido.4
3.1. REFERENTE TEORICO	¡Error! Marcador no definido.4
3.1.2. Creación de Empresa.....	¡Error! Marcador no definido.4
3.2. REFERENCIA CONCEPTUAL.....	16
4.MODULO DE MERCADO	18
4.1. PRODUCTO	18
4.1.1. Características	18
4.1.2. Usos del Producto.....	¡Error! Marcador no definido.
4.1.3. Producto Sustitutos.....	20
4.1.4. Productos Complementarios	20
4.2. CONSUMIDORES	¡Error! Marcador no definido.
4.3. DELIMITACIÓN DEL ÁREA GEOGRÁFICA	20
4.4. ANALISIS DE LA DEMANDA.....	¡Error! Marcador no definido.
4.4.1. Cálculo del Tamaño de la Muestra.....	20
4.4.2. Cuestionario	22
4.4.3. Cálculo de la Demanda Actual	22
4.4.4. Proyección de la Demanda Actual	23
4.5. ANALISIS DE LA OFERTA	¡Error! Marcador no definido.25

4.5.1. Cálculo de la Oferta Actual	25
4.5.2. Proyección de la Oferta Actual	25
4.6. DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA EXISTENTE	27
4.6.1. Tipo de Demanda	27
4.7. ANALISIS DE PRECIOS	27
4.8. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN	29
4.9. MERCADO DE INSUMOS.....	30
5. MÓDULOS TÉCNICO Y ORGANIZACIONAL	31
5.1. TAMAÑO DEL PROYECTO	31
5.1.1. Variables que definen el Tamaño del Proyecto.....	32
5.2. LOCALIZACIÓN	32
5.2.1. Estudioo de Localización a nivel Macro	37
5.2.2. Estudio de Localización a nivel Micro.....	39
5.3. DISTRIBUCIÓN EN PLANTA.....	39
5.4. PROCESO DE PRODUCCIÓN.....	40
5.5. NATURALEZA JURÍDICA.....	42
5.6. MISIÓN.....	42
5.7. VISIÓN	42
5.8. ORGANIGRAMA	43
5.9. MANUAL DE FUNCIONES.....	44
5.10. IMAGEN CORPORATIVA	51

6. MÓDULOS DE IMPACTO SOCIAL, ECONÓMICO Y AMBIENTAL	52
7. ESTUDIO FINANCIERO.....	53
7.1. INVERSIONES.....	55
7.2. COSTOS OPERACIONALES	62
7.3. CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO.....	62
7.4. PROGRAMA DE INVERSION FIJA DEL PRODUCTO	67
7.4.1. CÁLCULO DE CAPITAL DE TRABAJO.....	68
7.5. EVALUACIÓN FINANCIERA	76
8. FUENTES FINANCIERAS.....	77
9. CONCLUSIONES	78
10. RECOMENDACIONES	79
11. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	80
12. ANEXOS.....	81

TABLAS

TABLA N°1.....	22
TABLA N°2.....	24
TABLA N°3.....	¡Error! Marcador no definido.
TABLA N°4.....	¡Error! Marcador no definido.
TABLA N°5.....	31
TABLA N°6.....	¡Error! Marcador no definido.
TABLA N°7.....	¡Error! Marcador no definido.
TABLA N°8.....	¡Error! Marcador no definido.
TABLA N°9.....	¡Error! Marcador no definido.
TABLA N°10.....	¡Error! Marcador no definido.
TABLA N° 11.....	¡Error! Marcador no definido.
TABLA N° 12.....	¡Error! Marcador no definido.
TABLA N° 13	¡Error! Marcador no definido.7
TABLA N° 14	¡Error! Marcador no definido.8
TABLA N° 15	¡Error! Marcador no definido.9
TABLA N° 16	50
TABLA N° 17	¡Error! Marcador no definido.
TABLA N° 18	¡Error! Marcador no definido.
TABLA N° 19	53

TABLA N° 20	53
TABLA N° 21	53
TABLA N° 22	54
TABLA N° 23	55
TABLA N° 24	56
TABLA N° 25	57
TABLA N° 26	57
TABLA N° 27	58
TABLA N° 28	58
TABLA N° 29	58
TABLA N° 30	¡Error! Marcador no definido.
TABLA N° 31	61
TABLA N° 32	61
TABLA N° 33	62
TABLA N° 34	62
TABLA N° 35	62
TABLA N° 36	63
TABLA N° 37	63
TABLA N° 38	64
TABLA N° 39	64

TABLA N° 40	65
TABLA N° 41	65
TABLA N° 42	65
TABLA N° 43	66
TABLA N° 44	66

TABLA DE FIGURAS

FIGURA N° 1	17
FIGURA N° 2	24
FIGURA N° 3	28
FIGURA N° 4	31
FIGURA N° 5	32
FIGURA N° 6	33
FIGURA N° 7	34
FIGURA N° 8	35
FIGURA N° 9	36
FIGURA N° 10	37
FIGURA N° 11	38
FIGURA N° 12	42
FIGURA N° 13	43
FIGURA N° 14	46
FIGURA N° 15	67

1. INTRODUCCIÓN

Santa Cruz de Lorica se encuentra ubicada al norte del departamento de Córdoba, en la zona baja del río Sinú y próxima al litoral del mar Caribe a una distancia de 29 kilómetros de Coveñas, 50 kilómetros de Tolú y 60 kilómetros de Montería. La cabecera municipal está localizada sobre la margen derecha del río Sinú. (Historia de Santa cruz de Lorica)

<http://www.santacruzdelorica-cordoba.gov.co/municipio/nuestro-municipio>

Este Municipio desde sus inicios ha tenido que superar una serie de sucesos políticos, económicos, culturales, naturales, etc., que marcaron el contexto urbano; actualmente se conserva, sobre todo el sector central de la ciudad considerado hoy como patrimonio histórico-arquitectónico que merece ser valorado ya que en esto está lo más representativo de la historia y de la cultura caribeña. La ciudad de Lorica desde 1.800 llegó a ser una población próspera económicamente, sus habitantes demandaron edificaciones que reflejaban su importancia, su estrato social, cultural y económico. Las principales actividades económicas se destacan por ser: Agricultura, ganadería, pesca, artesanía y turismo.

En la actualidad, los ciudadanos de Colombia se han visto afectados por el sobrepeso, ya sea por su alimentación o su genética. Esto como consecuencia ha generado que muchas personas se vean afectadas física y moralmente a la hora de utilizar prendas de vestir. Un estudio que se realizó y según la cifra que arrojó la última encuesta de situación nutricional (Ensin, 2015) dice que más del 50% de los colombianos sufren de sobrepeso y obesidad.

Los términos "sobrepeso" y "obesidad" se refieren a un peso corporal que es mayor de lo que se considera normal o saludable para cierta estatura. (Definición e información sobre el sobrepeso y la obesidad en los adultos, 2018)

Las personas en el Municipio de Lorica que sufren esta enfermedad, se ven afectadas moralmente al momento de buscar la vestimenta apropiada para su comodidad y bien estar, dicha búsqueda se convierte en un trabajo con gran dificultad para las mismas.

A lo anterior se propone realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a diseñar y confeccionar vestuario para damas y caballeros con sobrepeso; se ofrecerá servicio de alta calidad que estará al alcance de los diferentes estratos sociales, además, se pretende brindar asesoría de imagen con el fin de que los clientes se sientan a gustos consigo mismos y su vestimenta.

Ante la situación planteada anteriormente se formula la siguiente pregunta de investigación: ¿Qué factores económicos, técnicos y administrativos intervienen en la creación de una empresa de diseño, fabricación y comercializadora de prendas de vestir para damas y caballeros con sobrepeso en el municipio de Lorica Córdoba?

El objetivo general planteado fue crear un plan de negocio que permita la creación de empresa de diseño, fabricación y comercialización de prendas de vestir para damas y caballeros con sobrepesos en la ciudad de Lorica. La metodología utilizada fue la descriptiva, utilizando un método deductivo, aplicando la técnica de encuesta a la población objeto de estudio.

Las conclusiones del estudio de factibilidad para la creación de una empresa de diseño y confecciones de vestimenta para personas con sobrepeso en el municipio de Lorica Córdoba se pudo determinar una oportunidad de negocio, debido a que en el municipio no existe una empresa formal dedicada a este mercado objetivo, las que existen se dedican de manera informal y este mercado no está siendo atendido adecuadamente.

2. RESUMEN EJECUTIVO

Empresa: BIG SISE

Ubicación: Lorica Córdoba

Oportunidad de negocio: Ofrecer prendas de vestir para hombres y mujeres con sobrepeso. Se ofrecerá blusas, camisas, pantalones, bermudas, entre otros productos que promueven en consumo de este tipo de prendas.

Competidores: Actualmente se desconoce la existencia de una empresa que diseñe, produzca y comercialice únicamente vestuarios para personas con sobrepeso.

Producto: Prendas de vestir tallas grande

Precio:

- JEANS: \$63.227
- CAMISETAS: \$43.767
- VESTIDOS: \$50.581
- BLUSAS: \$56.202

Presupuesto de inversión: presupuesto de inversión: la inversión fija es de **\$31.210.550**

Millones de pesos.

Rentabilidad: La TIR del plan de negocio es del 79%.

3. REFERENTE TEÓRICO CONCEPTUAL.

3.1. REFERENTE TEÓRICO.

3.1.1. Las prendas de vestir a fabricar tendrán formato de talla grande, en los diversos tipos de tela como; la seda, lino, franela, crepé, encaje, oxford, tul, satín, entre muchas más existentes, con el fin de suplir las necesidades de las personas que siente dificultad a la hora de comprar ropa de su talla debido a su condición física.

3.1.2. Creación de Empresas.

Para llevar a cabo la creación de empresas es indispensable formular un proyecto de inversión, el cual según Baca Urbina (2010) el proyecto de inversión se puede describir como un plan que, si se le asigna determinado monto de capital y se le proporcionan insumos de varios tipos, podría producir un bien o un servicio, útil al ser humano o a la sociedad en general.

Contreras (1999) define el proyecto como el conjunto de antecedentes que permiten juzgar las ventajas y desventajas que presenta la asignación de recursos económicos a un centro o unidad productora donde serán transformados en determinados bienes o servicios. Para Méndez (2004) un proyecto de desarrollo es el análisis cuidadoso de una idea que puede surgir de una persona o grupo de personas del sector público o privado y en cualquier sector de la economía, para crear una unidad productiva de bienes y/o servicios en beneficio, tanto de los interesados en la idea como de la población a la cual va dirigido el proyecto. Los estudios que se deben llevar a cabo para la creación de la empresa según Contreras (1999) son:

Estudio de Mercado.

La realización del estudio de mercado para un producto, ya sea bien o servicio, tiene enorme importancia en la formulación del proyecto, ya que será la base a partir de la cual se podrán continuar los restantes estudios. Los datos que suministra se constituyen en requisitos indispensables para los estudios de tipo técnico y financiero del proyecto. El estudio de mercado le permitirá establecer las cantidades del bien o del servicio, procedentes del proyecto, que la comunidad de una región o zona

geográfica estaría dispuesta a adquirir a determinados precios. Además facilitará el conocimiento de las necesidades y características de los consumidores potenciales, de los canales de distribución, estrategias de promoción y publicidad, evolución de la demanda, condiciones de los proveedores, etc. Con el estudio de mercado se busca probar que existe un número suficiente de consumidores o usuarios, que cumplen ciertos requisitos para constituir una demanda que justifique la producción de un bien o la prestación de un servicio en un período de tiempo determinado. Los componentes del estudio de mercado son: Producto, Usuarios o consumidores, Delimitación del área geográfica, Análisis de la Demanda, Análisis de la Oferta, Determinación del tipo de Demanda, Precios, Comercialización y Mercado de Insumos.

Estudio Técnico.

A través del Estudio Técnico se diseña la función de producción óptima que mejor utiliza los recursos disponibles para obtener el producto deseado, sea este un bien o un servicio. Este estudio indica cuando, donde, cuanto, cómo y con qué producir el producto o el servicio que se va a ofrecer en la empresa.

Los componentes de este estudio son: Determinación del tamaño de planta, Localización de la planta, Distribución en planta, Proceso productivo, Maquinarias y equipos necesarios. Estudio Administrativo. Uno de los aspectos que pueden constituirse en un momento dado en un factor determinante del éxito o fracaso de una empresa es la organización empresarial. En el Estudio Administrativo, se realizan los siguientes elementos: Constitución jurídica de la empresa, Misión, Visión, Estructura organizacional, Manual de funciones, Reglamento interno de trabajo e Imagen corporativa. Estudio Financiero. En el estudio financiero se determina el monto de los recursos financieros en el proyecto de creación de empresas, además se proyectan los resultados financieros en el período de evaluación. El estudio financiero comprende: Inversiones fijas requeridas, Costos y

Gastos, Punto de Equilibrio, Capital de Trabajo, Flujo Neto de Inversión, Proyecciones Financieras, Flujo Neto de Operación y Flujo Neto del Proyecto.

Evaluación del Proyecto.

Los pasos desarrollados en los Estudios de Mercado, Técnico, Administrativo y Financiero permiten completar la formación del proyecto, se procede entonces a efectuar su evaluación. Para que un proyecto cualquiera sea aceptado debe estar plenamente justificado desde el punto de vista privado y social, debe ofrecer un retorno que sea lo suficiente atractivo para la inversión privada; así mismo deben identificarse los beneficios sociales que genera el proyecto ya sea de manera directa o indirecta.

3.2. REFERENTE CONCEPTUAL.

Competencia: Cuando existe un número grande de empresas que operan en el mercado y cuyo producto es homogéneo, la información es completa para todos los que operan en el mercado, tanto oferentes como demandantes, y tanto el precio como la cantidad está definida por la oferta y la demanda del mercado.

Demanda: Es la cantidad de bienes y servicios(o factores) que un comprador puede adquirir y desea hacerlo en un periodo de tiempo dado y a diferentes precios, suponiendo que otras cosas, tales como el ingreso del comprador, la publicidad y los precios de otros bienes, le permanecen constantes.

Eficacia: consecución de las metas.

Eficiencia: proporción entre el logro de resultados y los insumos requeridos para conseguirlos.

Estudio administrativo: Su fin es definir las necesidades del perfil del grupo empresarial y de personal que el negocio exige, las estructuras y estilos de dirección, los mecanismos de control, las políticas de administración de personal y de participación del grupo empresarial en la gestión y los resultados contando con todos estos elementos.

Estudio de mercado: es la recolección y análisis de datos que una empresa u organización realiza para determinar su posicionamiento en la industria con respecto a sus competidores con el fin de mejorar sus estrategias de negocios aumentando así su competitividad.

Estudio técnico: Tiene como finalidad definir la posibilidad de lograr el producto o servicio deseado en la cantidad, con calidad y el costo requerido. Esto origina la necesidad de identificar procesos productivos, proveedores de materias primas, equipos, tecnología, recursos humanos, suministros, sistemas de control, formas de operación, consumos unitarios de materias primas, insumos y servicios, distribución de planta y equipos, requerimientos de capacitación del recurso humano, etc.

Mercado: conjunto de personas destinadas a consumir algún tipo de producto o servicio.

Mercado potencial: es un grupo de personas donde va dirigido el producto o servicio específico.

Oferta: es un conjunto de bienes y servicios que un vendedor puede ofrecer en un momento determinado y a diferentes precios.

Segmentación: Proceso de analizar el mercado con el fin de identificar grupos de consumidores que tienen características comunes con respecto a la satisfacción de necesidades específicas.

Ubicación estratégica: es el proceso de colocar una empresa en un entorno donde va a aprovechar al máximo su ubicación.

4. MÓDULO DE MERCADO

4.1. PRODUCTO.

4.1.1. Características técnicas

El producto a ofrecer en el plan de negocios son prendas de vestir para personas con sobrepeso, hombres y mujeres que se les dificulta conseguir con facilidad vestuarios a su gusto.

Los vestuarios tendrán variedades de colores, en el caso de las camisas son:

Hombres:

- VERDE LIMA
- AZUL CIELO
- NEGRO
- BLANCO

En el caso de los pantalones clásicos y casuales son:

- NEGRO
- GRIS
- BEIGE
- AZUL OSCURO

Las camisetas o suéteres de hombres contarán con la siguiente gama de colores:

- VERDE
- AZUL
- AMARRILLO
- NEGRO
- CAFÉ
- ROJO

Para la vestimenta de las mujeres, los diseños de vestidos algunos de estos contarán con estampados.

Mujeres:

- AZUL CLARO
- ROSADO
- NEGRO

- VINO TINTO
- BLANCO

La gama de colores para las faldas es:

- NEGRA
- BEIGE
- BLANCA

Y la gama de colores que tendrán las blusas son:

- BLANCO
- ROSADO
- BEIGE
- VERDE LIMA

TAMAÑO

Las prendas de vestir que se fabricaran en el proyecto tendrán formato de talla grande, con el fin de suplir las necesidades de las personas que siente dificultad a la hora de comprar ropa de su talla debido a su condición física.

4.1.2. Usos del Producto.

Los consumidores usarán el producto para sentirse a gusto con sigo mismo, en cualquier ocasión les permitirá lucir y sentirse de la mejor manera, debido a que estará hecho a su medida.

4.1.3. Producto Sustitutos.

Se encuentran en esta categoría todas las prendas de vestir talla grande.

4.1.4. Productos Complementarios.

4.2. CONSUMIDORES.

Los consumidores hacia los cuales va dirigido el producto son los habitantes del Municipio de Lorica, representados en 119.800 ciudadanos para el año 2020. (DANE, 2017). Es necesario considerar que la población con sobrepeso y obesidad son el 60% de la misma, según estudio que realizó Ensin, la cual representa 64.692 habitantes con esta condición a los cuales va dirigido el producto.

4.3. DELIMITACIÓN DEL ÁREA GEOGRÁFICA.

La delimitación de Área Geográfica es el Municipio de Lorica, el cual limita al norte con San Antero, San Bernardo del Viento, Purísima y Momil; al sur con San Pelayo, Cotorra; al este con San Bernardo del Viento, Puerto Escondido y Moñitos. (Lorica 2018)

4.4. ANALISIS DE LA DEMANDA.

4.4.1. Calculo del Tamaño de la Muestra.

La población de Lorica está representada por 119.800 ciudadanos para el año 2020. (DANE, 2017).

Para la calcular la población con sobre peso y obesidad, se toma el 60% según estudio que realizó **Ensin, la cual representa en la población: 64,692 habitantes con esta condición.**

Tamaño de muestra finita.

$$n = \frac{N \cdot Z_{\alpha}^2 \cdot p \cdot q}{e^2(N-1) + Z_{\alpha}^2 \cdot p \cdot q}$$

Fuente: conlacicutaenelbolsillo.net

Figura N° 1

Dónde:

Z = Variable de confianza.

N = Tamaño de la población.

P = Probabilidad de éxito.

Q = Probabilidad de fracaso.

E = Margen de error.

Reemplazando en la fórmula:

$$n = \frac{(1,96)^2(64,692)(0,5)(0,5)}{(0,05)^2(64,692 - 1) + (1,96)^2(0,5)(0,5)}$$

$$n = 381 \text{ encuestas}$$

Para la realización de este proyecto, el número de encuestas (381) se reducirán a 100 encuestas para una mejor eficiencia a la hora de recolectar datos.

4.4.2. Cuestionario.

Para realizar la recolección de la información se aplicó un cuestionario estructurado en las encuestas a la población objeto de estudio, que tuvo preguntas con respuestas cerradas y de selección múltiple. (Ver anexo 1).

4.4.3 Calculo de la Demanda Actual.

Para el cálculo de la demanda actual se tomó como referencia los resultados obtenidos en las preguntas número 1 y 2 del cuestionario aplicado a los habitantes del Municipio de Lorica.

Tabla 1.

Demanda actual.

Fuente:	¿Con qué frecuencia compra usted prendas de vestir?			
	Prendas	Respuesta	Personas	Porcentaje
	6	Cada 15 días	30	12.2%
	8	1 vez al mes	82	33%
	10	2 vez al mes	34	13.8%
	12	Cada 6 meses	102	41%
		TOTALES	248	100 %

Elaboración Propia.

Tabla 2.

Fuente:Elaboración Propia.

¿Ha comprado prendas de vestir de tamaño L, XL, XXL...?		
	Personas	Porcentaje
Sí	248	65.1%
No	133	34.9%
Total	382	100%

$$77.989 * 12.2\% = 9.514 * 6 = 57.084 * 4 = 228.336 * 12 = 2.740.032$$

$$77.989 * 33\% = 25.736 * 8 = 205.888 * 4 = 823.552 * 12 = 9.882.624$$

$$77.989 * 13.8\% = 10.762 * 10 = 107.620 * 4 = 430.480 * 12 = 5.165.760$$

$$77.989 * 41\% = 31.975 * 12 = 383.700 * 4 = 1.534.800 * 12 = 18.417.600$$

Demanda actual	D= C*Q*FCIA	\$36.206.016
----------------	-------------	---------------------

4.4.4. Proyección de la Demanda Actual.

PROYECCION ANUAL					
AÑOS	1	2	3	4	5
DEMANDA FUTURA	36.575.317	36.948.385	37.325.259	37.705.976	38.090.577

Para la proyección de la demanda actual se utilizó la siguiente fórmula:

$$D_f = D_a (1 + i)^n$$

Donde:

D_f = Demanda Futura

D_a = Demanda Actual

i = Constante.

i = Índice crecimiento poblacional, para Lorica es el 1,02%

n = año a proyectar.

$$D_{f1} = 36.206.016 (1 + 0.0102)^1 = 36.575.317$$

$$D_{f2} = 36.206.016 (1 + 0.0102)^2 = 36.948.385$$

$$D_{f3} = 36.206.016 (1 + 0.0102)^3 = 37.325.259$$

$$D_{f4} = 36.206.016 (1 + 0.0102)^4 = 37.705.976$$

$$D_{f5} = 36.206.016 (1 + 0.0102)^5 = 38.090.577$$

Tabla 2.

Proyección de la Demanda

Fuente: Elaboración Propia.

La demanda futura nos permite saber que tanto consumirá el cliente al pasar de los años, ya que al pasar de los años aumenta el número de personas y por ende el consumo de prendas de vestir, por tanto, al saber que tanto demandaran los ciudadanos de la ciudad de Lorica, permitirá al proyecto realizar estrategias que hagan que los futuros clientes lleguen a adquirir las prendas que se hagan.

La demanda en la ciudad de Lorica es de \$36.206.016 de prendas al año, y la tasa de crecimiento poblacional es de 1,02%, quiere decir, que cada año aumentarán en 1% la compra de prendas de vestir, por ende, se debe preparar para la demanda que existirá en los años futuros.

4.5. ANÁLISIS DE LA OFERTA.

Para el análisis de la oferta se tuvieron en cuenta los negocios informales que comercializan vestuarios en el Municipio de Lorica.

4.5.1. Cálculo de la Oferta Actual.

Tabla 3.

Empresas informales

Fuente: Elaboración Propia.

Según los datos de algunos almacenes, tienen ventas estimadas mostradas en el cuadro

COMPETIDORES	VENTAS	DÍA	VENTAS MENSUAL	MESES	VENTAS ANUALES
Masganga	\$ 20.000	30	\$ 600.000	12	\$ 7.200.000
Full moda	\$ 25.000	30	\$ 750.000	12	\$ 9.000.000
Classic Jean	\$ 15.000	30	\$ 450.000	12	\$ 5.400.000
Euromoda	\$ 20.000	30	\$ 600.000	12	\$ 7.200.000
El Grecia	\$ 15.000	30	\$ 450.000	12	\$ 5.400.000
TOTAL VENTAS DE LA COMPETENCIA AL AÑO					\$ 34.200.000

anterior. El total de ventas de la competencia, se tomará para realizar la oferta futura.

4.5.2. Proyección de la Oferta Actual.

Para la proyección de la oferta actual se utilizó la siguiente fórmula:

$$Of = Oa (1 + i)^n$$

Donde:

Of = Oferta Futura.

Oa = Oferta Actual.

1 = Constante.

i = Índice crecimiento del sector productivo, que es el 0,75%.

n = año a proyectar.

$$Of_1 = 34.200.000 (1 + 0.0075)^1 = 34.456.500$$

$$Of_2 = 34.200.000 (1 + 0.0075)^2 = 34.714.923$$

$$Of_3 = 34.200.000 (1 + 0.0075)^3 = 34.975.285$$

$$Of_4 = 34.200.000 (1 + 0.0075)^4 = 35.237.600$$

$$Of_5 = 34.200.000 (1 + 0.0075)^5 = 35.501.882$$

Tabla 4.

PROYECCION DE LA OFERTA ACTUAL					
AÑOS	1	2	3	4	5
OFERTA	34.456.500	34.714.923	34.975.285	35.237.600	35.501.882

Fuente: Elaboración Propia.

Proyectar la oferta, permite conocer qué tanto va a estar saturado el mercado del producto que se van a comercializar, en este caso, prendas de vestir para hombres y mujeres de Talla grande, por ende, es una buena opción conocer que tanto habrá en el mercado, para así preparar un plan de contingencia en el plan de negocios.

Según los datos obtenidos por algunos propietarios de almacenes y realizando los cálculos para la demanda futura, se puede observar que hay mucha oferta en el mercado y al pasar de los años ira aumentando, ya muchos negocios crecerán y otros surgirán y cada uno de estos quieren atrapar un mercado o un sector de la población.

4.6. DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA EXISTENTE.

4.6.1. Tipo de Demanda.

El tipo de demanda existente resulta de la diferencia de la Demanda Actual y la Oferta Actual, que para este proyecto es:

Tabla 5.

PROYECCION DE LA DEMANDA EXISTENTE					
AÑOS	1	2	3	4	5
DEMANDA FUTURA	36.575.317	36.948.385	37.325.259	37.705.976	38.090.577
OFERTA FUTURA	34.456.500	34.714.923	34.975.285	35.237.600	35.501.882
DEMANDA INSATIFECHA	2.118.817	2.233.462	2.349.974	2.468.376	2.588.695

Fuente: Elaboración Propia.

4.7. ANALISIS DE PRECIOS.

El análisis de precios se realizó de acuerdo a los precios actuales que se ofertan en el mercado en cada uno de los negocios que ofrecen vestuarios de talla grane, teniendo en cuenta que no solo comercializan ese tipo de vestimenta.

Tabla 6.

Análisis de Precios.

N°	Razón social	Detalles	Precios
		MUJER	
1	CLASSIC JEAN	Blusas	\$ 35.000
2		Jeans	\$ 60.000
3		Vestidos	\$ 90.000
		HOMBRE	Precios
1		Camisas	\$ 60.000
2		Pantalones Clásicos	\$ 100.000
3		Jeans	\$ 50.000
4		Suertes	\$ 45.000

Fuente:

Elaboración

propia

Tabla 7.

N°	Razón social	Detalles	Precios
		MUJER	
1	ALMACENES EL GRECIA	Blusas	\$ 50.000
2		Jeans	\$ 80.000
3		Vestidos	\$ 100.000
		HOMBRE	Precios
1		Camisas	\$ 90.000
2		Pantalones Clásicos	\$ 110.000
3		Jeans	\$ 90.000
4		Suertes	\$ 45.000

Fuente: Elaboración propia

4.8. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN.

Las empresas de hoy en día necesitan distribuir sus productos para lograr las metas que se han fijado, por ende, es necesario realizar un plan donde se especifique cuáles serán los medios a utilizar para lograr lo que se quiere con este proyecto

Gráfico 1.

Canal de Comercialización



Fuente: Elaboración Propia.

Por lo tanto, hablar de distribuir en lugares físico ha quedado un poco atrás, debido a las muchas desventajas que este presenta, como pago de arriendo, servicios u otros costos que incurren al comercializar los productos en un lugar de determinado, además, tener distribuidores hace que el margen de ganancias se algo reducido y corriendo el riesgo de tener muchas devoluciones por falta de ventas.

Por tal razón, uno de los canales de comercialización que se implementarían en este proyecto son las ventas online; esta forma de marketing es una de más recurrida por las personas en la actualidad, ya que con facilidad ponen a disposición el producto a la venta en las plataformas virtuales, ya sea Instagram, Facebook o tiendas online como mercado libre o Amazon. Estos escenarios permite con facilidad publicar a la venta un producto, ya que el internet es el canal más grande con conexión a todas las personas de todas las edades y de cualquier parte del mundo.

En la misma medida, se tendrán canales de comercialización o distribuidores en físico en la ciudad de Lorica, los cuales pueden ser los almacenes como EL GRECIA, FULL MODA,

MASGANGA o entre otros. Por otra parte, se buscaran distribuidores informales y de esta forma contribuir en la economía de las familias de Lorica.

4.9. MERCADO DE INSUMOS.

El mercado de insumo para la empresa será proveniente del Municipio de Lorica, debido a que existen empresas que facilitan la materia primera y los insumos que se necesita para la comercialización.

5 MÓDULO TÉCNICO Y ORGANIZACIONAL.

5.1. TAMAÑO DEL PROYECTO.

Para determinar el tamaño de la empresa, es necesario analizar las siguientes variables:

- La dimensión del mercado
- Talento Humano
- Disponibilidad de materia prima
- Herramientas tecnológicas
- Competitividad

El tamaño del mercado del proyecto de confecciones y comercialización de ropas en el primer año de ejecución, comercializara 4000 mil unidades de ropas donde 2000 será vestimentas de hombres y 2000 de vestimentas de mujeres. Estos productos estarán divididos por prendas.

Hombres:

- 900 unidades de jeans
- 1000 unidades de camisetas

Mujeres

- 800 unidades de Vestidos
- 1300 unidades de blusas

5.1.1. Variables que definen el Tamaño del Proyecto.

Dimensión del mercado.

La empresa de confesiones de ropa no cuenta con un mercado favorable a su disposición, ya que existe mucha oferta de productos de ropas de vestir, pero a la vez, cuenta con una ventaja, ya que muchos almacenes no cuentan con muchas tallas grandes para las personas de gran tamaño. Por ende, es una gran oportunidad de explorar el mercado y conocer las dimensiones el primer año de comercialización de los productos.

Talento humano.

Para la creación de esta empresa se contará con personal capacitado en confesiones de ropas con amplia experiencia, pero, además, se contará con aprendices que las instituciones del municipio de Lorica o del departamento de Córdoba dispongan para laborar. Estos empleados tendrán una intensidad horaria de lunes a sábado de 8 Am a 4 Pm.

Disponibilidad de Insumos.

En la ciudad de Lorica cuenta con muchos almacenes que abastecen de los insumos para la fabricación de ropas de calidad, por lo cual, se puede decir que existe materia prima con buena disponibilidad. Para garantizar la disponibilidad, se contratará algunas de las empresas que ofrezcan mayores beneficios y menor costo a la hora de adquirir la materia prima.

Tecnología Utilizada

Hoy en día, la tecnología ha ayudado a muchas empresas a ser eficientes a la hora de entregar un producto terminado, por ende, la empresa contará con máquinas industriales con

la última tecnología con el fin de optimizar el tiempo y hacer entregas de los productos justo a tiempo.

Competitividad.

Este es un factor muy importante a la hora de establecer o crear una empresa, ya que esté es el factor que ayuda a diferenciar una empresa de la otra. Por tal razón, la empresa de confecciones de ropa para damas y caballeros contara con una entrega justo a tiempo o antes del tiempo pactado. A demás, se hará asesoramiento de imagen para las personas con dificultades a la hora de elegir las prendas y color de la ropa, esto con el fin de hacer que el cliente se fidelice con la empresa y compre los productos.

5.2. LOCALIZACIÓN.

5.2.1. Estudio de Localización a nivel Macro.

Macrolocalización.

Factores relevantes	Peso asignado	Alternativa de localización					
		Centro de la ciudad		Norte de la ciudad		Sur de la ciudad.	
		Calificación (0-100)	Peso ponderado	Calificación (0-100)	Peso ponderado	Calificación (0-100)	Peso ponderado
Ubicación del consumidor	0.20	70	20	40	10	50	9
Ubicación de proveedores	0.20	70	20	40	10	50	10
Medios de comunicación	0.10	50	10	40	10	60	6
Interés del Municipio	0.05	60	0.5	40	8	40	8
Hábitos de compra	0.10	80	15	50	15	70	15
Costo mano de obra	0.10	60	12	60	9	60	12
Regulaciones específicas	0.05	50	8	50	8	50	10
Actitud de la comunidad	0.20	80	12	80	15	80	20
TOTAL	1.00		97		85		90

Fuente: Elaboración Propia.

Para la realización de micro localización, se tomaron los siguientes factores

Ubicación del consumidor, Ubicación de proveedores, Hábitos de compra, Costo mano de obra y Actitud de la comunidad

Este es el orden de las alternativas:

Centro del Municipio: 97

Norte del Municipio: 85

Sur del Municipio: 90

La mejor alternativa para la empresa en la ciudad de Lorica es el centro del municipio, ya que los factores más relevantes se encuentran con mayor concentración en ese lugar.

5.2.2. Estudio de Localización a Micro

Tabla 8.

Microlocalización.

Fuente: Elaboración Propia.

Para realizar la micro localización, fue necesario tener en cuentas factores como Disponibilidad locativas, Ubicación del consumidor, Costo de arriendo, Costo de servicios públicos, Afluencia de clientes, Posibilidades de expansión, Competidores y Disponibilidad de Materias Primas

Las alternativas de Localización son:

Factores relevantes	Peso asignado	Alternativa de localización					
		Centro de la ciudad		Norte de la ciudad		Sur de la ciudad.	
		Calificación (0-100)	Peso ponderado	Calificación (0-100)	Peso ponderado	Calificación (0-100)	Peso ponderado
Disponibilidad locativas	0.25	80	20	60	15	60	15
Ubicación del consumidor	0.15	75	25	60	6	70	7
Costo de arriendo	0,10	60	9	70	10.5	80	12
Costo de servicios públicos	0.05	50	0.05	70	10.5	70	10.5
Afluencia de clientes	0.15	80	14	70	17.5	70	17.5
Posibilidades de expansión	0.10	60	12	60	12	70	14
Disponibilidad de Materias Primas	0.15	70	10	40	6	50	6
Competidores	0.05	75	10	50	5	60	6
TOTAL			100		82.5		60

Centro del Municipio: 100

Norte del Municipio: 82.5

Sur del Municipio: 60

Para este proyecto la micro localización con mayor oportunidad de hallar disponibilidad de Materia primera y afluencia de los clientes es en el Centro del municipio de Lorica.

5.3. DISTRIBUCIÓN EN PLANTA

El siguiente boceto es la representación gráfica de la forma física que tendrá la empresa en el municipio de Lorica.

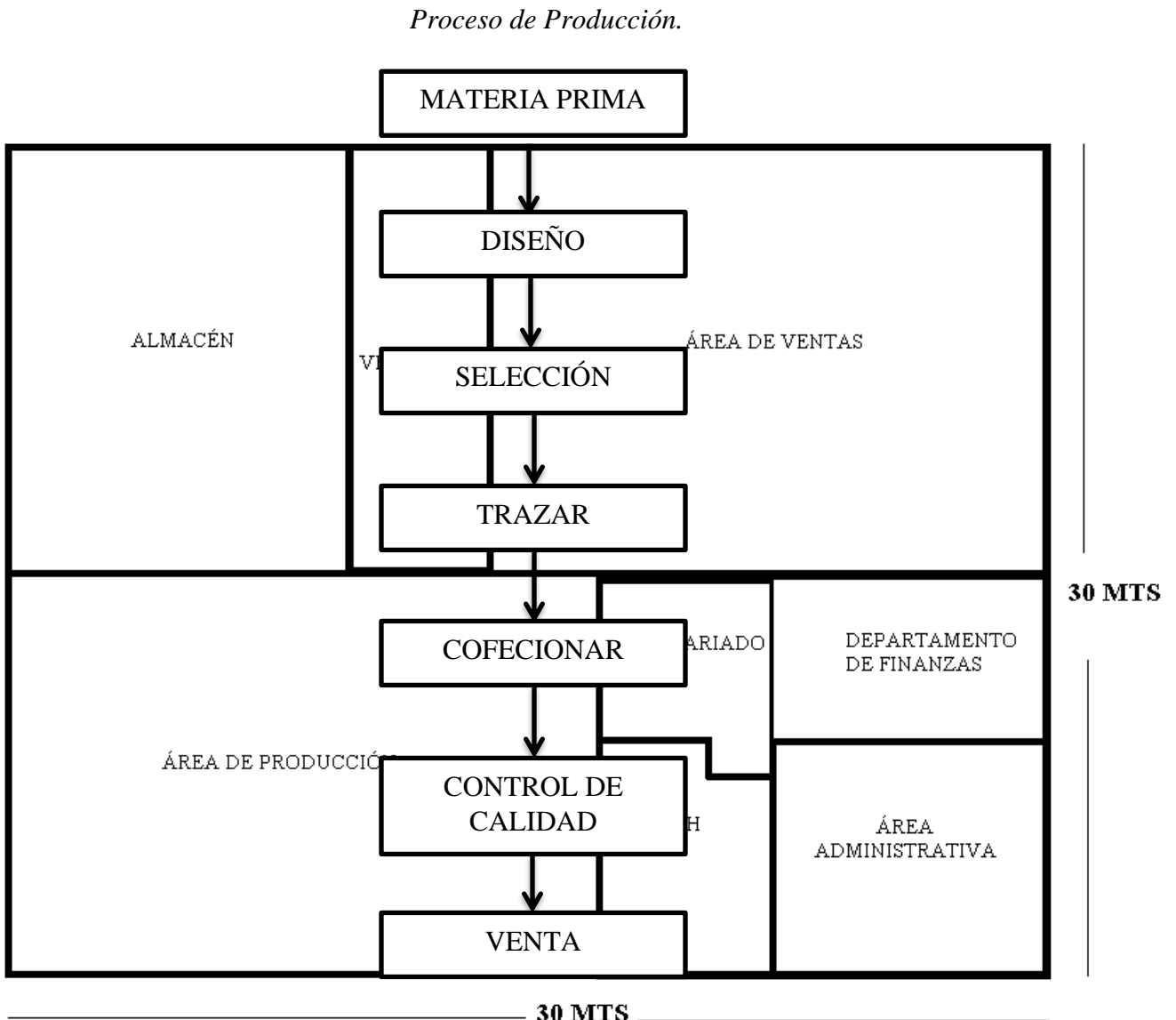
Gráfico 2.

Distribución en planta.

Fuente: Elaboración propia.

5.4. PROCESO DE PRODUCCIÓN.

Gráfico 3.



Fuente: Elaboración propia

DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

Las etapas de proceso de producción de la empresa de producción y comercialización de confecciones serán las siguientes:

Materia Prima: Elegir telas de calidad, buscar colores de tendencias y estilos de la temporada del año.

Diseños: Realizar diseños de ropas ya sean de hombres o de mujeres, para así elegir la vestimenta adecuada y hacer su producción.

Selección: Escoger los diseños a realizados y comenzar la producción de la ropa.

Trazar: Realizar las plantillas de papel para ser reproducida en el tela y producir una prenda de vestir, cortando, armando y cosiendo las distintas piezas.

Confeccionar: Armar las distintas piezas que se trazaron y diseñaron.

Control de calidad: supervisar que toda la producción de la ropa se encuentre bien confeccionadas, con los estándares de calidad deseados y que los diseños sean los adecuados.

Venta: Poner a disposición del cliente cada uno de los diseños producidos por las operarias de confecciones.

5.5. NATURALEZA JURÍDICA.

La empresa de diseño, fabricación y comercializadora de prendas de vestir para damas y caballeros talla grande en el municipio de lorica será constituida bajo Sociedad por Acciones Simplificada SAS.

“Ley 1258 de 2008. Dicha sociedad podrá constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas, quienes solo serán responsables hasta el monto de sus respectivos aportes. Salvo lo previsto en el artículo 42 de la presente ley, el o los accionistas no serán responsables por las obligaciones laborales, tributarias o de cualquier otra naturaleza en que incurra la sociedad.”

La sociedad por acciones simplificada se constituida mediante un contrato o acto unilateral que conste en documento privado, inscrito en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio del lugar en que la sociedad establezca su residencia principal.

5.6. MISIÓN

“BIG SIZE Confecciones” es una empresa productora y comercializadora de ropa talla grande con una calidad superior en cada vestimenta para la ciudad de Loricá para que el cliente se sienta satisfecho con los productos que se fabrican, utilizando las manos de obras más capacitadas para la elaboración de las prendas.

5.7. VISIÓN

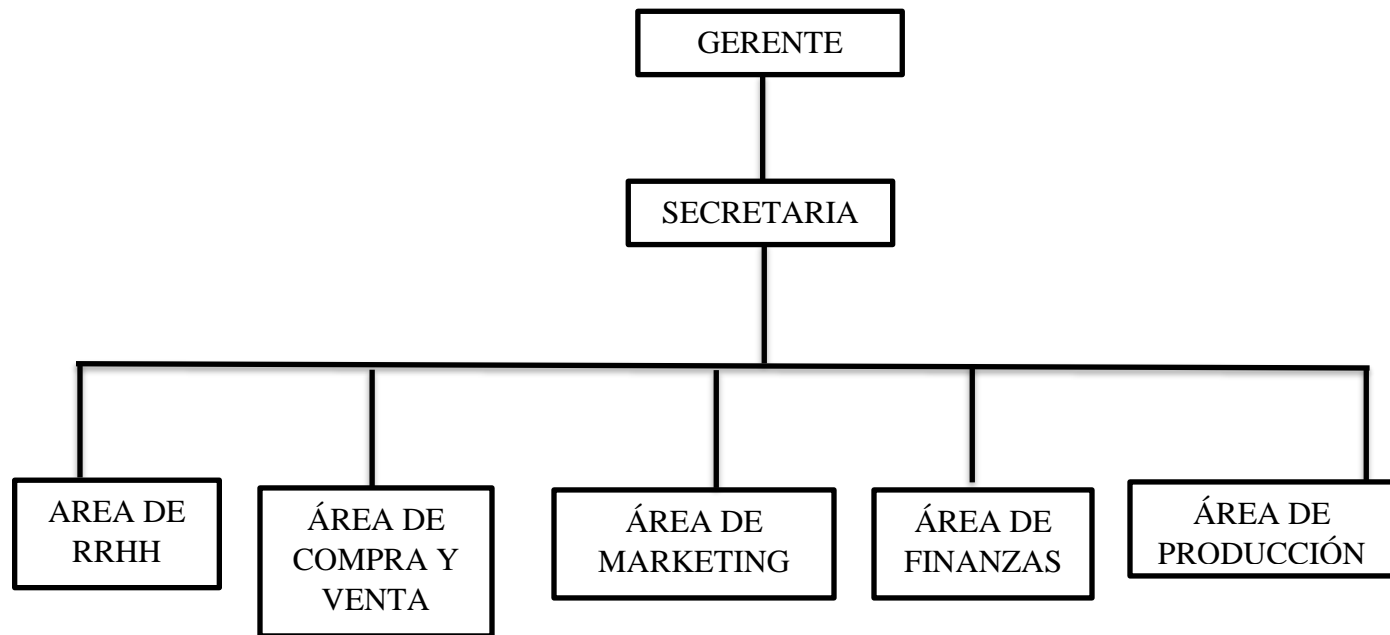
“BIG SIZE Confecciones” para el 2026 ser líder en el mercado de confecciones de ropa tamaño grande en el departamento de Córdoba.

5.8. ORGANIGRAMA

“BIG SIZA Confecciones” Presenta el siguiente organigrama

Gráfico 4.

Organigrama.



Fuente: Elaboración propia.

5.9. MANUAL DE FUNCIONES.

Tabla 9.

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO

Nombre del Cargo:	Gerente
Dependencia:	Administrativa
Número de Cargos:	1
Reporta a:	Junta de Socio
REQUISITOS MINIMOS	
Educación	Administrador de empresas
Experiencia	2 años
Objetivo principal	
Se encarga de manejar el área administrativas y financiero de la empresa.	
FUNCIONES DEL CARGO	
<p>Se encarga de:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Planear estrategias que ayuden a cumplir las metas de la empresa • Organizar la economía de la empresa • Controlar todos los procesos que realiza la empresa 	

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 10.
Manual de funciones del secretario.

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO

Nombre del Cargo:	Secretaria
Dependencia:	Administrativa
Número de Cargos:	1
Reporta a:	Gerente
REQUISITOS MINIMOS	
Educación	Secretariado
Experiencia	1 años
Objetivo principal	
Gestiona la agenda del gerente, fija citas y atiende a los clientes. Transcribe el acta, gestiona y da seguimiento a los convenios.	
FUNCIONES DEL CARGO	
<p>Se encarga de:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Atender al publico • Gestionar de la agenda del gerente • Organizar de la oficina • Gestionar de documentos • Manejar de información 	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 11.
Manual de funciones de recursos humanos.

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO

Nombre del Cargo:	Jefe de recursos humanos
Dependencia:	Administrativa
Número de Cargos:	1
Reporta a:	Gerente
REQUISITOS MINIMOS	
Educación	Gestión de talento humanos
Experiencia	2 años
Objetivo principal	
Es contribuir al éxito de la empresa y para esto tiene que proveer, mantener y desarrollar un recurso humano.	
FUNCIONES DEL CARGO	
<p>Se encarga de:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Interpretar y aplica las políticas • Proveer un ambiente organizacional • Recibir y tramitar las solicitudes de sanciones disciplinarias que acojan suspensiones y destituciones. 	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 12.
Manual de funciones del jefe de venta.

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO

Nombre del Cargo:	Jefe de Ventas
Dependencia:	Administrativa
Número de Cargos:	1
Reporta a:	Gerente
REQUISITOS MINIMOS	
Educación	Marketing
Experiencia	1 años
Objetivo principal	
Realizar estrategias para alcanzar las metas de ventas para la empresa de confecciones.	
FUNCIONES DEL CARGO	
<p>Se encarga de:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Establecer objetivos • Planificar estrategias • Atender a la clientela • Promover la empresa 	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 13.

Manual de funciones del Contador.

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del Cargo:	Contador
Dependencia:	Administrativa
Número de Cargos:	1
Reporta a:	Gerente
REQUISITOS MINIMOS	
Educación	Contaduría Publica
Experiencia	1 años
Objetivo principal	
Realizar la producción de ropas de vestir de damas y caballeros.	
FUNCIONES DEL CARGO	
<p>Se encarga de:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Revisar los libros contables de la empresa • Redactar los informes de los estados financieros • Realizar el balance general y estados de resultados. 	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 14.

Manual de funciones de Operaria de Confección.

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del Cargo:	Operarias de Confecciones
Dependencia:	Administrativa
Número de Cargos:	1
Reporta a:	Gerente
REQUISITOS MINIMOS	
Educación	Confeccionista de moda
Experiencia	1 años
Objetivo principal	
Realizar la producción de ropas de vestir de damas y caballeros.	
FUNCIONES DEL CARGO	
<p>Se encarga de:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Producir la vestimenta 	

Fuente: Elaboración propia.

5.10. IMAGEN CORPORATIVA.

Para este proyecto se crea un boceto el cual será el logo de la empresa de confesiones de prendas de vestir, el cual es el siguiente:

Gráfico 5.

Imagen Corporativa.



Luce tu grandeza

Fuente: Elaboración propia.

Esta empresa se creara con el fin de no solo beneficiar a los socios, sino que también será una generadora de empleos, esto con el fin de aportar y reducir la tasa de desempleo. Ya que ya que el en país, la tasa de desempleo es muy alta, y esto significa que muchas personas no están llevando recursos a sus hogares, esto incrementando la pobreza. Por tal razón, se iniciara esta empresa, para reducir el riesgo y tener un buen impacto en nuestro departamento.

En crecimiento económico, podemos decir que la empresa a la hora generar empleos, las personas tenderán a demandar productos y esto aumenta la economía en el sector o en el departamento, ya que habrá más dinero circulando y permitirá que esta fluya.

A demás, a la hora de participar en el mercado y al vender productos, se apoya al crecimiento económico, debido a que habrá empresa que quieran participar en el mercado, esto generando más impuesto para contribuir con el país y hacerlo más competitivo ante otros.

Hoy en día la responsabilidad social con el ambiente no es solo un compromiso para las persona, sino que también, las empresas deben comprometerse a cuidar el medio ambiente, ya que muchas empresas o industrias en el momento de la elaboración, empaquetamiento de sus productos contaminan el ambiente por medio de la contaminación por residuos sólidos, contaminación al aire, contaminación biológica, contaminación a fuentes de agua, entre otras. Causando enfermedades en la población que se encuentra alrededor de donde la empresa está ubicada.

En este sentido, la empresa no violara ninguna regla que vaya en contra del medio ambiente, ya que los productos que se elaboren en la empresa, no generara daños ecológicos

porque llevaran indicaciones de uso. Cabe resaltar que la responsabilidad social le brinda una buena imagen a la empresa, ante la comunidad, la cual no será afectada con ninguna clase de contaminación en la elaboración de los productos. “Es difícil imaginar empresarios exitosos que no se involucren activamente en la problemática del entorno” (González Ignacio, 2013)

7. ESTUDIO FINANCIERO.

7.1. INVERSIÓN EN MAQUINARIA Y EQUIPO

DETALLE DE INVERSIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	VIDA ÚTIL AÑOS
Máquina Recta de coser	2	\$1'375.000	\$2.750.000	5
Máquina Overlock.	2	\$800.000	\$1.600.000	5
Cinta métrica	4	\$2.000	\$8.000	5
Tijeras de Tela	4	\$30.000	\$120.000	5
Tijera zigzag	2	\$80.000	\$160.000	5
Sistema Pos Caja Registradora Software Y Equipos Completo	1	\$1'895.000	\$1'895.000	6
Teléfono	1	\$200.000	\$200.000	5
Computadora	2	\$1.000.000	\$2.000.000	5
Impresora	2	\$600.000	\$1.200.000	5
TOTAL		\$5.982.000	\$9.933.000	

Fuente: Elaboración propia. **Tabla 14.**

Tabla 15.

INVERSIÓN EN MUEBLES Y ENSERES

DETALLE DE INVERSIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	VIDA ÚTIL AÑOS
Muebles de costura	3	\$229.000	\$687.000	7
Estanterías Metálicas	2	\$105.000	\$210.000	7
Sillas	8	\$35.000	\$280.000	7
Archivador	2	\$305.000	\$610.000	7
Escritorios	2	\$400.000	\$800.000	7
Silla de oficina	4	\$188.000	\$752.000	7
TOTAL		\$1.262.000	\$3.339.000	

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 16.

INVERSIONES EN ACTIVOS INTANGIBLE

DETALLE DE INVERSIÓN	COSTO TOTAL
Estudios de factibilidad	\$1.101.000
Licencias y tramites	\$800.000
Gastos de organización	\$700.000
Imprevistos	\$500.000
Total Inversión en Activos Intangibles	\$3.101.000

Fuente: Elaboración propia

Tabla 17.

7.2 COSTO DE MANO DE OBRA

CARGO	REMUNERACIÓN MENSUAL	REMUNERACIÓN ANUAL	PRESTACIONES SOCIALES	COSTO TOTAL
Mano de Obra Directa				
Operaria de maquina	\$980.000	\$11'760.000	\$6.036.408	\$17.796.408
Operaria de fileteadora	\$980.000	\$11.760.000	\$6.036.408	\$17.796.408
Operaria de detalles	\$980.000	\$11.760.000	\$6.036.408	\$17.796.408
<i>SUBTOTAL</i>			\$18.109.224	\$53.389.224
Mano de Obra Indirecta				
0	0	0	0	0
<i>SUBTOTAL</i>				0
<i>TOTAL</i>				\$53.389.224

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 18.
COSTO DE MATERIALES PRIMER AÑO DE OPERACIÓN.

MATERIAL	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
MATERIALES DIRECTOS				
Tela	M2	8000	\$3.500	\$28.000.000
Tela Jean	M2	2000	\$10.000	\$20'000.000
Tela algodón	M2	2000	\$5.000	\$10'000.000
Hilo	U	3000	\$2000	\$6.000.000
Botones	U	4000	\$400	\$1.600.000
Cierres	U	800	\$300	\$240.000
Subtotal Materiales directos				\$35.840.000
MATERIALES INDIRECTOS				
Alfileres	U	2000	\$25	\$50.000
Agujas	U	100	\$200	\$20.000

Subtotal Costos Material Indirecto				\$70.000
TOTAL				\$35.910.000

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 19.

COSTO DE SERVICIOS - PRIMER AÑO DE OPERACIÓN

SERVICIOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Energía	KW/HORA	12	\$130.000	\$1.560.000
Acueducto y alcantarilla	M3	12	\$30.000	\$360.000
TOTAL				\$1.920.000

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 20.

GASTOS POR DEPRECIACIÓN

Activos de producción	Vida Útil	Costo del activo	1	2	3	4	5	Valor Residual
Máquina Recta de coser	5	\$2.750.000	\$550.000	\$550.000	\$550.000	\$550.000	\$550.000	
Máquina Overlock.	5	\$1.600.000	\$320.000	\$320.000	\$320.000	\$320.000	\$320.000	
Cinta métrica	5	\$8.000	\$1.600	\$1.600	\$1.600	\$1.600	\$1.600	
Tijeras de Tela	5	\$120.000	\$24.000	\$24.000	\$24.000	\$24.000	\$24.000	
Tijera zigzag	5	\$160.000	\$32.000	\$32.000	\$32.000	\$32.000	\$32.000	
Sistema Pos Caja Registradora Software Y Equipos Completo	5	\$1'895.000	\$379.000	\$379.000	\$379.000	\$379.000	\$379.000	
Teléfono	5	\$200.000	\$40.000	\$40.000	\$40.000	\$40.000	\$40.000	
Computador	5	\$2.000.000	\$400.000	\$400.000	\$400.000	\$400.000	\$400.000	
Impresor	5	\$1.200.000	\$240.000	\$240.000	\$240.000	\$240.000	\$240.000	
Muebles de costura	7	\$687.000	\$98.143	\$98.143	\$98.143	\$98.143	\$98.143	\$196.286

Estanterías	7	\$210.000						\$60.000
Metálicas			\$30.000	\$30.000	\$30.000	\$30.000	\$30.000	
Sillas	7	\$280.000	\$40.000	\$40.000	\$40.000	\$40.000	\$40.000	\$80.000
Archivador	7	\$610.000	\$87.143	\$87.143	\$87.143	\$87.143	\$87.143	\$174.286
Escritorios	7	\$800.000	\$114.286	\$114.286	\$114.286	\$114.286	\$114.286	\$228.572
Silla de oficina	7	\$752.000	\$107.429	\$107.429	\$107.429	\$107.429	\$107.429	\$214.858
TOTAL		\$13.272.000	\$2.463.600	\$2.463.600	\$2.463.600	\$2.463.600	\$2.463.600	\$954.002

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 21.

REMUNERACIÓN AL PERSONAL ADMINISTRATIVO

CARGO	REMUNERACIÓN MENSUAL	REMUNERACIÓN ANUAL	PRESTACIONES SOCIALES	REMUNERACIÓN TOTAL ANUAL
Gerente administrativo	\$1'200.000	\$14'400.000	\$ 7.391.520	\$21.791.520
Auxiliar contable	\$980.000	\$11'760.000	\$0	\$11'760.000
Auxiliar de servicios	\$980.000	\$11.760.000	\$6.036.408	\$17.796.408
<i>Total</i>	\$2'980.000	\$35'760.000	\$13.427.928	\$51.347.928

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 22.

OTROS GASTOS ADMINISTRATIVOS

DETALLE	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Arrendamiento	\$1'200.000	\$14.400.000
Útiles y papelería	\$100.000	\$1'200.000
TOTAL		
	\$1,600.000	\$15.600.000

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 23.

GASTOS DE VENTA

DETALLE	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Publicidad	\$600.000	\$7.200.000
Distribución	\$800.000	\$9.600.000
TOTAL	\$1.400.000	\$16.800.000

Fuente: Elaboración propia

Tabla 24.

AMORTIZACIÓN DE GASTOS DIFERIDOS

Activos	Plazo de amortización	Costo del activo	Valor amortización anual				
			1	2	3	4	5

Gastos Preopera- tivos.	5	\$3.101.000	\$620.20 0	\$620.20 0	\$620.20 0	\$620.20 0	\$620.200
VALOR A AMORTIZAR							

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 25

DETALLE	COSTO	JEANS		
		Costos Fijos		Costos Variables
Costos de Producción.		25%		
M de O. Directa	\$53.389.224	25%		\$13.347.306
M de O. Indirecta		25%		0
Mat. Directos.	\$35.840.000	25%		\$8.870.000
Mat. Indirectos.	\$70.000	25%		\$17.500
Servicios	\$1.920.000	25%		\$480.000
Depreciación	\$2.463.600	25%	\$615.900	
SUBTOTAL	\$93.682.824		\$615.900	\$22.714.806
Gastos de Adm.				
Sueldos y Prestac.	\$51.347.928	25%	\$15.836.982	
Otros Gast. Adm.	\$15.600.000	25%	\$3.900.000	
Amortización.	\$620.200	25%	\$155.050	
SUBTOTAL	\$67.568.128		\$19.892.032	
GASTOS DE VENTA				
Publicidad	\$7.200.000	25%	\$1.800.000	
Distribución	\$9.600.000	25%	\$2.400.000	
SUBTOTAL	\$16.800.000		\$4.200.000	
TOTAL	\$178.050.952		\$24.707.932	\$22.714.806

CAMISETAS		
Costos Fijos		Costos Variables
25%		
25%		\$13.347.306
25%		0
25%		\$8.870.000
25%		\$17.500
25%		\$480.000
25%	\$615.900	
25%	\$615.900	\$22.714.806
		\$
25%	\$15.836.982	
25%	\$3.900.000	
25%	\$155.050	
	\$19.892.032	
25%	\$1.800.000	
25%	\$2.400.000	
	\$4.200.000	
	\$24.707.932	\$22.714.806

VESTIDOS		
Costos Fijos		Costos Variables
25%		
25%		\$13.347.306
25%		0
25%		\$8.870.000
25%		\$17.500
25%		\$480.000
25%	\$615.900	
25%	\$615.900	\$22.714.806
25%	\$15.836.982	
25%	\$3.900.000	
25%	\$155.050	
	\$19.892.032	
25%	\$1.800.000	
25%	\$2.400.000	
	\$4.200.000	
	\$24.707.932	\$22.714.806

BLUSAS		
Costos Fijos		Costos Variables
25%		
25%		\$13.347.306
25%		0
25%		\$8.870.000
25%		\$17.500
25%		\$480.000
25%	\$615.900	
25%	\$615.900	\$22.714.806
25%	\$15.836.982	
25%	\$3.900.000	
25%	\$155.050	
	\$19.892.032	
25%	\$1.800.000	
25%	\$2.400.000	
	\$4.200.000	
	\$24.707.932	\$22.714.806

7.3. PUNTO DE EQUILIBRIO

Jeans hombre y mujer

$$\text{PE} = \frac{\text{CFT}}{\text{Pvu} - \text{Cvu}}$$

$$\text{Cvu} = \frac{\text{Cvt}}{Q}$$

$$\text{Cvu} = \frac{\$23.420.706}{900}$$

$$\text{Cvu} = \$26.023$$

$$\text{Cu} = \frac{\text{Ct}}{Q}$$

$$\text{Cu} = \frac{\$44.512.738}{900}$$

$$\text{Cu} = 49.458$$

$$\text{Pvu} = 49.458 + \frac{49.458 * M}{100 - M}$$

$$\text{Pvu} = 49.458 + \frac{\$593.496}{88}$$

$$\text{Pvu} = \$56.202$$

$$\text{PE} = \frac{24.707.932}{\$56.202 - 49.458}$$

$$\text{PE} = 3.663 \text{ Unidades}$$

PUNTO DE EQUILIBRIO

Camisetas de hombres

$$\text{PE} = \frac{\text{CFT}}{\text{Pvu} - \text{Cvu}}$$

$$\text{Cvu} = \frac{\text{Cvt}}{Q}$$

$$\text{Cvu} = \frac{\$23.420.706}{1000}$$

$$\text{Cvu} = \$23.420$$

$$\text{Cu} = \frac{\text{Ct}}{Q}$$

$$\text{Cu} = \frac{\$44.512.738}{1000}$$

$$\text{Cu} = 44.512.$$

$$\text{Pvu} = 44.512 + \frac{44.512 \times 12}{100 - 12}$$

$$\text{Pvu} = 44.512 + \frac{\$534.144}{88}$$

$$\text{Pvu} = \$50.581$$

$$\text{PE} = \frac{24.707.932}{\$50.581 - 44.512}$$

$$\text{PE} = 4.071 \text{ Unidades}$$

PUNTO DE EQUILIBRIO

Vestidos

$$PE = \frac{CFT}{Pvu - Cvu}$$

$$Cvu = \frac{Cvt}{Q}$$

$$Cvu = \frac{\$23.420.706}{800}$$

$$Cvu = \$29.275$$

$$Cu = \frac{Ct}{Q}$$

$$Cu = \frac{\$44.512.738}{800}$$

$$Cu = \$55.640$$

$$Pvu = \$55.640 + \frac{\$55.640 \cdot 12}{100 - 12}$$

$$Pvu = \$55.640 + \frac{\$667.680}{88}$$

$$Pvu = \$63.227$$

$$PE = \frac{24.707.932}{63.227 - 55.640}$$

$$PE = 3.256 \text{ Unidades}$$

PUNTO DE EQUILIBRIO

Blusas

$$PE = \frac{CFT}{Pvu - Cvu}$$

$$Cvu = \frac{Cvt}{Q}$$

$$Cvu = \frac{\$23.420.706}{1300}$$

$$Cvu = \$18.015$$

$$Cu = \frac{Ct}{Q}$$

$$Cu = \frac{\$44.512.738}{1300}$$

$$Cu = \$34.240$$

$$Pvu = \$34.240 + \frac{\$34.240 \cdot 12}{100 - 12}$$

$$Pvu = \$39.098 + \frac{\$410.880}{88}$$

$$Pvu = \$43.767$$

$$PE = \frac{24.707.932}{43.767 - 34.240}$$

$$PE = 2.593 \text{ Unidades}$$

Tabla 26.

7.4. PROGRAMA DE INVERSIÓN FIJA DEL PROYECTO

CONCEPTO	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
Activos fijos tangibles						
Maquinarias y equipos	\$9.933.000					
Muebles y enseres	\$3.339.000					
Subtotal	\$13.272.00					
Activos Diferidos						
Gastos Pre-operativos	\$3.101.000					
Subtotal	\$3.101.000					
Total Inversión Fija	\$16.373.000					

Fuente: Elaboración propia

7.4.1. CÁLCULO DE CAPITAL DE TRABAJO.

Tabla 27.

COSTO DE OPERACIÓN ANUAL	
Costos de producción	\$93.682.824
Gastos de administración	\$67.568.128
Gastos de ventas	\$16.800.000
TOTAL COSTOS OPERACIONALES	\$178.050.952

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 28.

\$178.050.952
Costo de operación diario= ----- = 494.585
360

Fuente: Elaboración propia.

ICT= COD x Ciclo operativo (30 DIAS)

ICT= \$14.837.550

Tabla 29.

INVERSIÓN EN CAPITAL DE TRABAJO

Índice de inflación	ES DE 3.80				
DETALLE	AÑOS				
	0	1	2	3	4
Capital de trabajo	\$14.837.550	\$563.826	\$585.252	\$607.491	\$630.576

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 30.

PROGRAMA DE INVERSIÓN

CONCEPTO	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
Inversión fija	(\$16.373.000)					
Capital de trabajo	(\$14.837.550)	(\$563.826)	(\$585.252)	(\$607.491)	(\$630.576)	

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 31.

VALOR RESIDUAL DE ACTIVOS

DETALLE	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Activos de producción					\$954.002
Subtotal activos de producción					\$954.002
Vr. Residual Capital de Trabajo					\$17.224.695
TOTAL VR. RESIDUAL					\$18.178.697

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 32.

FLUJO NETO DE INVERSIONES

CONCEPTO	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
Inversión fija	(\$16.373.000)					
Capital de trabajo	(\$14.837.550)	(\$563.826)	(\$585.252)	(\$607.491)	(\$630.576)	
Valor residual						\$18.178.697
Inversiones	\$31.210.550	(\$563.826)	(\$585.252)	(\$607.491)	(\$630.576)	\$18.178.697

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 32.

PRESUPUESTO DE INGRESOS

DETALLE	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Ingresos por ventas de Jeans	\$ 44.961.600	\$ 46.670.141	\$48.443.606	\$ 50.284.463	\$52.195.273
TOTAL INGRESO	\$ 44.961.600	\$46.670.141	\$48.443.606	50.284.463	\$52.195.273

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 33.

DETALLE	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Ingresos por ventas de Camisetas	\$ 50.581.000	\$ 52.503.078	\$ 54.498.195	\$ 56.569.126	\$ 58.718.753
TOTAL INGRESO	\$ 50.581.000	\$ 52.503.078	\$ 54.498.195	\$ 56.569.126	\$ 58.718.753

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 34.

DETALLE	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Ingresos por ventas Vestidos	\$ 50.581.600	\$ 52.503.701	\$ 54.498.841	\$ 56.569.797	\$ 58.719.450

TOTAL INGRESO	\$ 50.581.600	\$ 52.503.701	\$ 54.498.841	\$ 56.569.797	\$ 58.719.450
----------------------	-------------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 35.

DETALLE	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Ingresos por ventas de blusas	\$ 56.897.100	\$ 59.059.190	\$ 61.303.439	\$ 63.632.970	\$ 66.051.023
TOTAL INGRESO	\$ 56.897.100	\$ 59.059.190	\$ 61.303.439	\$ 63.632.970	\$ 66.051.023

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 36.

TOTAL INGRESO DE VENTAS	\$228.875.200	\$237.572.457	\$246.600.137	\$255.971.016	\$265.697.912
--------------------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------

Fuente: Elaboración propia

Tabla 37.

PRESUPUESTO DE COSTO DE PRODUCCIÓN.

DETALLE	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Costos directos					
Materiales directos	\$35.840.000	\$37.201.920	\$38.615.592	\$40.082.984	\$41.606.137

Mano de obra directa	\$53.389.224	\$55.418.014	\$57.523.898	\$59.709.806	\$61.978.778
Depreciación	\$2.463.600	\$2.463.600	\$2.463.600	\$2.463.600	\$2.463.600
Subtotal costo directo	\$91.692.824	\$95.083.000	\$98.603.090	\$102.256.390	\$106.048.515
Gastos generales de fab.					
Materiales indirectos	\$70.000	\$72.660	\$75.421	\$78.287	\$81.262
Mano de obra indirecta	-	-	-	-	-
Servicios	\$1.920.000	\$1.992.960	\$2.068.692	\$2.147.303	\$2.228.900
SUBTOTAL	\$1.990.000	\$2.065.620	\$2.144.113	\$2.225.590	\$2.310.162
TOTAL	\$93.682.824	\$97,148.620	\$100.747.203	\$104.481.980	\$108.358.677

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 38.

PRESUPUESTO DE GASTOS DE ADMINISTRACIÓN

DETALLE	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Sueldos y prestaciones	\$51.347.928	\$51.367.440	\$51.386.960	\$51.406.487	\$51.426.021
Otros gastos de administración	\$15.600.000	\$15.605.928	\$15.611.858	\$15.617.791	\$15.623.726
Amortización	\$620.200	\$620.200	\$620.200	\$620.200	\$620.200
TOTAL	\$67.568.128	\$67.593.568	\$67.619.018	\$67.644.478	\$67.669.947

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 39.

PRESUPUESTO DE GASTOS DE VENTAS

DETALLE	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Publicidad	\$7.200.000	\$7.202.736	\$7.205.473	\$7.208.211	\$7.210.950
Distribución	\$9.600.000	\$9.603.648	\$9.607.297	\$9.610.948	\$9.614.600
TOTAL	\$16.800.000	\$16.806.384	\$16.812.770	\$16.819.159	\$16.825.550

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 40.

PRESUPUESTO DE COSTOS OPERACIONALES

DETALLE	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Costos de producción	\$93.682.824	\$97,148.620	\$100.747.203	\$104.481.980	\$108.358.677
Gastos de administración	\$67.568.128	\$67.593.568	\$67.619.018	\$67.644.478	\$67.669.947
Gastos de ventas	\$16.800.000	\$16.806.384	\$16.812.770	\$16.819.159	\$16.825.550
TOTAL COSTOS OPERACIONALES	\$178.050.952	\$181.806.384	\$185.178.991	\$188.945.617	\$192.854.174

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 41.

FLUJO NETO DE OPERACIÓN

DETALLE	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Ingresos operacionales	\$ 203.021.300	\$ 210.736.109	\$ 218.744.082	\$ 227.056.357	\$ 235.684.498
Egresos operacionales	\$178.050.952	\$181.806.384	\$185.178.991	\$188.945.617	\$192.854.174
Utilidad operacional	\$24.970.348	\$28.929.725	\$33.565.091	\$38.110.740	\$42.830.324
Impuestos (22.2%)	\$5.543.417	\$6.422.399	\$7.451.450	\$8.460.584	\$9.508.332
UTILIDAD NETA	\$19.426.931	\$22.507.326	\$26.113.641	\$29.650.156	\$33.321.992
Más depreciación	\$2.463.600	\$2.463.600	\$2.463.600	\$2.463.600	\$2.463.600
Más amortización	\$620.200	\$620.200	\$620.200	\$620.200	\$620.200
Flujo neto de operaciones	\$22.510.731	\$25.591.126	\$29.197.441	\$32.733.956	\$36.405.792

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 42.

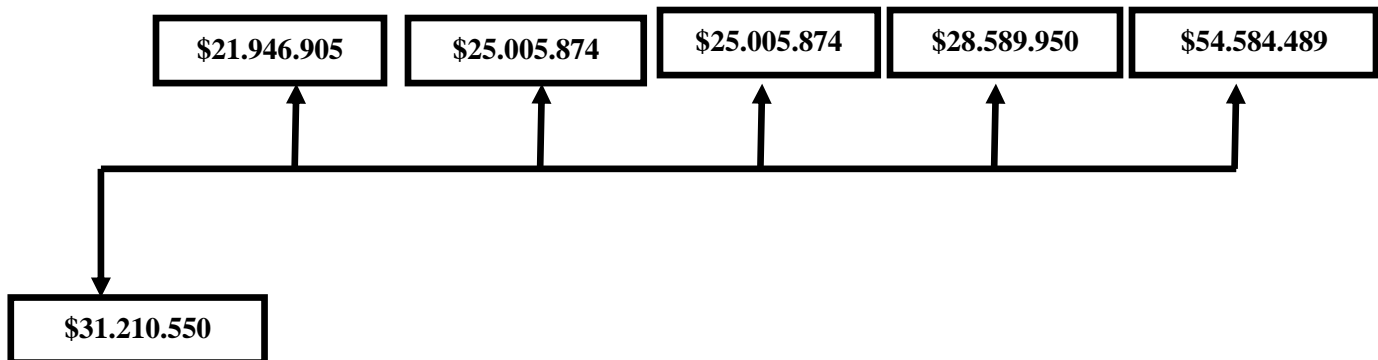
FLUJO NETO DEL PROYECTO

DETALLE	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
Flujo neto de inversión.	\$31.210.550	(\$563.826)	(\$585.252)	(\$607.491)	(\$630.576)	\$18.178.697
Flujo Neto de Operación.		\$22.510.731	\$25.591.126	\$29.197.441	\$32.733.956	\$36.405.792
Total Neto del Proyecto	\$31.210.550	\$21.946.905	\$25.005.874	\$28.589.950	\$32.103.380	\$54.584.489

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 6.

GRAFICA DEL FLUJO NETO



Fuente: Elaboración propia.

7.5. EVALUACIÓN FINANCIERA

Esta evaluación determina el beneficio financiero del capitales que se van a invertir y tiene como fin establecer sí el proyecto es apto desde el punto de vista financiero. Los sistemas más utilizados para realizar dicha evaluación financiera son: Tasa Interna de Retorno (TIR), el Valor Presente Neto (VPN) y la Relación Beneficio – Costo (RB/C).

VALOR PRESENTE NETO

Tasa de oportunidad 0,27 0,27

0,27 **-\$31.210.550**
 \$21.946.905
 \$25.005.874
 \$28.589.950
 \$32.103.380
 \$54.584.489
44.393.610

RELACION BENEFICIO/COSTO

$$R\ B/C = \frac{\sum_{t=1}^n E_{it} (1+r)^{-t}}{\sum_{t=1}^n E_{et} (1+r)^{-t}}$$

$$E_{it} (1+r)^{-t} = 162.230.598$$

$$E_{et} (1+r)^{-t} = 31.210.550$$

	162.230.598	
R B/C =	31.210.550	
R B/C =		5,2

Fuente: Elaboración propia

CALCULO DE LA TIR

	- 31.210.550	
	21.946.905	
	25.005.874	
	28.589.950	
	32.103.380	
	54.584.489	
TIR =		79%

Fuente: Elaboración propia

8. FUENTES FINANCIERAS.

El plan de negocio será presentado a la unidad de emprendimiento de la universidad de Córdoba para gestionar los recursos y de esta forma, poner en marcha el plan. A demás, se presentara a las convocatorias del fondo emprender del SENA.

9. CONCLUSINES.

Al desarrollar este plan de negocio de diseño, fabricación y comercializadora de prendas de vestir para damas y caballeros talla grande en la ciudad de Lorica, se determina con este estudio que es muy factible crear la idea de negocio, ya que es una oportunidad que brinda el mercado, debido a que no hay competidores que ofrezcan los productos propuesto y los poco que existen, ofrecen estos productos de manera informal.

El módulo técnico estableció que la localización más adecuada para el proyecto es en el centro de la ciudad, ya que hay es donde hay mayor concentración de proveedores y clientes, y además, se determinaron los procesos de producción de los vestimentas.

El modulo Organizacional, permitió establecer la natural jurídica de la empresa y el organigrama de la empresa.

El estudio financiero Estableció que la inversión fija para este proyecto es de \$21.250.330.

10. RECOMENDACIONES

Teniendo en cuenta los resultados que se obtuvieron por los módulos de mercado, técnico, organizacional y financiero, se recomienda llevar a cabo el plan de negocio de diseño, fabricación y comercializadora de prendas de vestir para damas y caballeros talla grande en la ciudad de Lorica.

En el municipio de Lorica es un lugar atractivo para la creación de una empresa, debido a que existen clientes que tienen la capacidad de adquirir los productos y además, al crear esta empresa, también se generan empleos que a su vez se convierte en dinero circulante en el mercado de Lorica.

También, se le recomienda a la Universidad de Córdoba incentivar a los estudiantes de los diversos programas que ofrece a la creación de proyectos o ideas de negocio para que exista el desarrollo en la región.

11. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

BIBLIOGRAFÍA

- Alcaldía de Santa Cruz de Lorica (Historia de Santa cruz de Lorica)
<http://www.santacruzdelorica-cordoba.gov.co/municipio/nuestro-municipio>
- ENSIN, (15/11/2019) (Encuestas Nacional de Situación Nutricional)
<https://www.semana.com/vida-moderna/salud/articulo/sobrepeso-en-colombia-mas-del-50-de-los-ciudadanos-tienen-obesidad/640675>
- DANE, 2017 (Encuesta nacional de Colombia)
- Fischer, L. (2002). Introducción a la Investigación de Mercados
- González Ignacio, 2013

12. ANEXOS.

ENAXO 1. ANALISIS DE RESULTADOS DE ESTUDIO DE MERCADO.

RESULTADOS DE ENCUESTA

1.

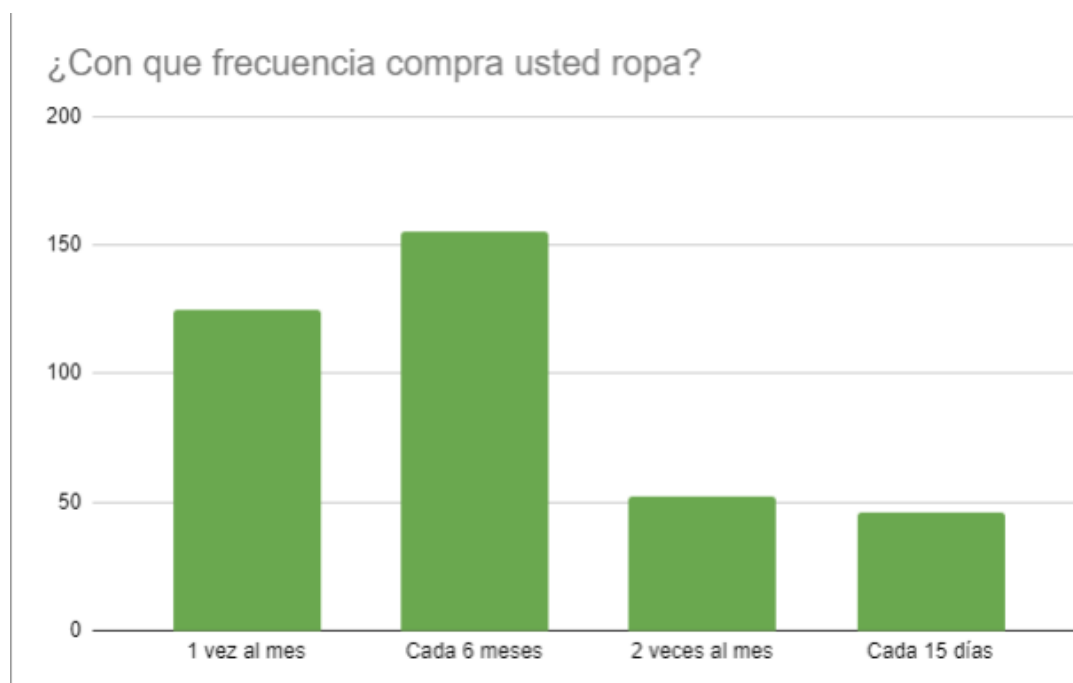


Gráfico 7.

Tabla 43.

¿Con qué frecuencia compra usted prendas de vestir (vestidos, pantalones, camisas, suéteres)?		
		personas
Cada 15 días	12.2%	46
2 veces al mes	13.8%	52
1 vez al mes	33%	125
Cada 6 meses	41%	155

Fuente: Elaboración propia

Las personas encuestadas, realizaron el cuestionario y 41% de la población dice que cada 6 meses compra prendas de vestir, esto quiere decir, que cada semestre la ciudadanía sale a adquirir vestidos, mientras que la 59% de la población, adquiere las prendas cada mes. Esto quiere decir, que la demanda de ropa en la ciudad de Lorica es muy buena.

2.

¿Cuál es el rango de precio que usted gasta para adquirir las prendas de vestir?



Gráfico 8.

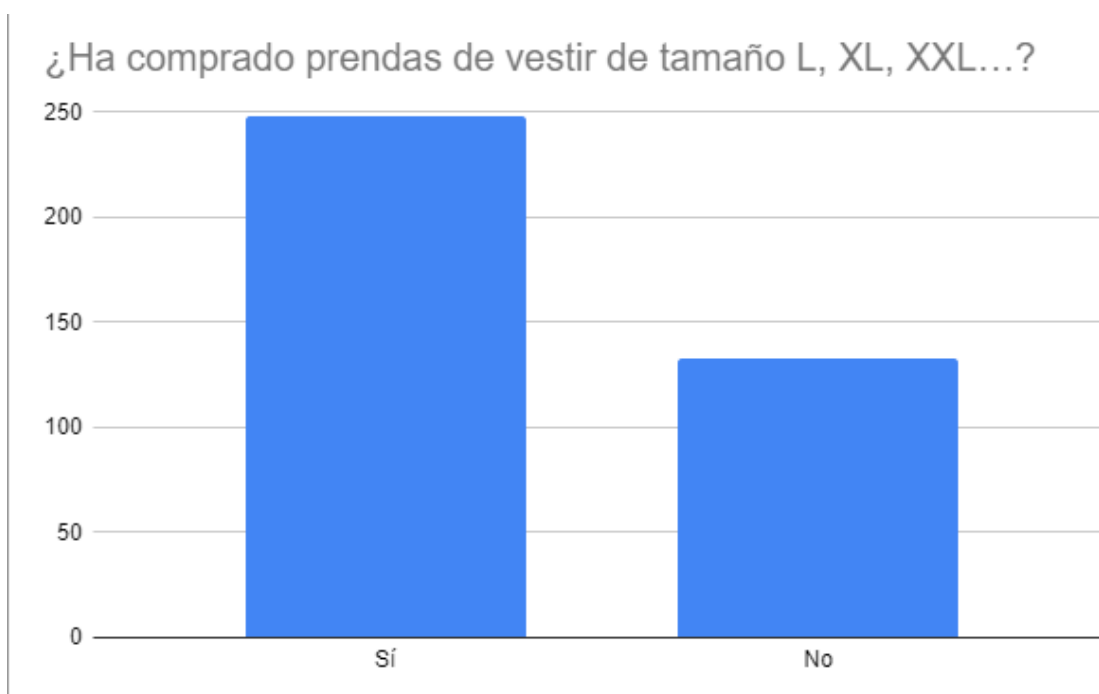
Tabla 44.

¿Cuál es el rango de precio que usted gasta para adquirir las prendas de vestir?		
		Personas
\$45.000 a \$50.000	24.2%	93
\$70.000 a \$80.000	20.3%	77
\$90.000 a \$100.000	33.7%	128
\$150.000 a \$300.000	21.8%	83

Fuente: Elaboración propia

Los ciudadanos del 33,7% y 21,8% adquieren prendas de vestir con un precio \$90.000 a \$300.000, esto quiere decir que las personas, buscan en las prendas de vestir, una calidad buena en las ropas, ya que están dispuestos a pagar un buen precio por las prendas, mientras que el 20,3% y el 24,2% adquieren vestidos de precios inferior, por lo tanto, se debe realizar una estrategia para llegar a todos los mercados disponibles.

3.



-

Gráfico 9.

Tabla 45.

¿Ha comprado prendas de vestir de tamaño L, XL, XXL...?		
		Personas
Sí	65.1%	248
No	34.9%	133

Fuente: Elaboración propia

Este resultado muestra el 65,1% han adquirido prendas de vestir de talla grande, esto quiere decir que la población en Lorica, padece de obesidad, mientras que el 34,9% no es una población que padezca esta condición.

4.

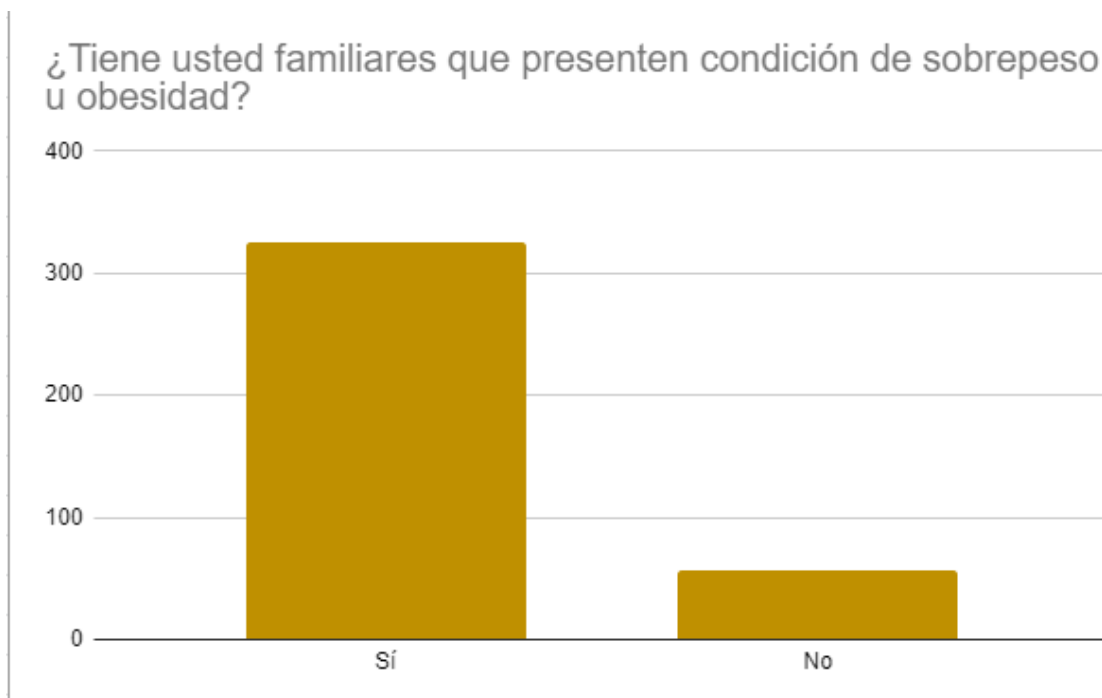


Gráfico 10.

Tabla 46.

¿Tiene usted familiares que presenten condición de sobrepeso u obesidad?		
		Personas
Sí	85.1%	325
No	14.9%	56

Fuente: Elaboración propia

Este resultado se complementa con la anterior pregunta, ya que está afirmando que el 85% de la población sufre esta condición, y que, en cada hogar, por lo menos hay 1 o 2 personas con sobre peso y obesidad.

5.

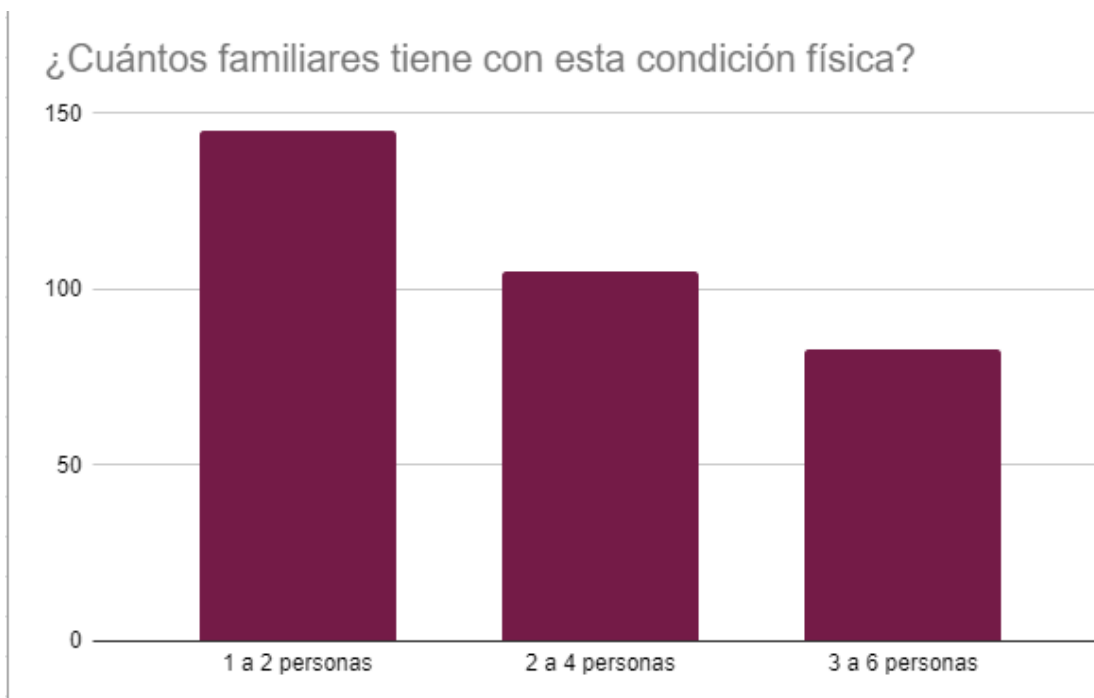


Gráfico 11.

Tabla 47.

¿Cuántos familiares tiene con esta condición física?		
		Personas
1 a 2 personas	43.5%	166
2 a 4 personas	31.5%	120
3 a 6 personas	24.9%	95

Fuente: Elaboración propia

En cada hogar de la ciudad de Lorica hay de 1 a 2 personas con obesidad, representando esto en el 43,5%, mientras que otros hogares hay más personas con obesidad, ya que hay de 2 a 4 personas con sobrepeso y esto representa un 31,5% y otros hogares tiene de 3 a 6 personas con la misma condición, lo cual representa un 24,9%. Esto quiere decir, que hay demandantes de ropa de talla grande.

6.

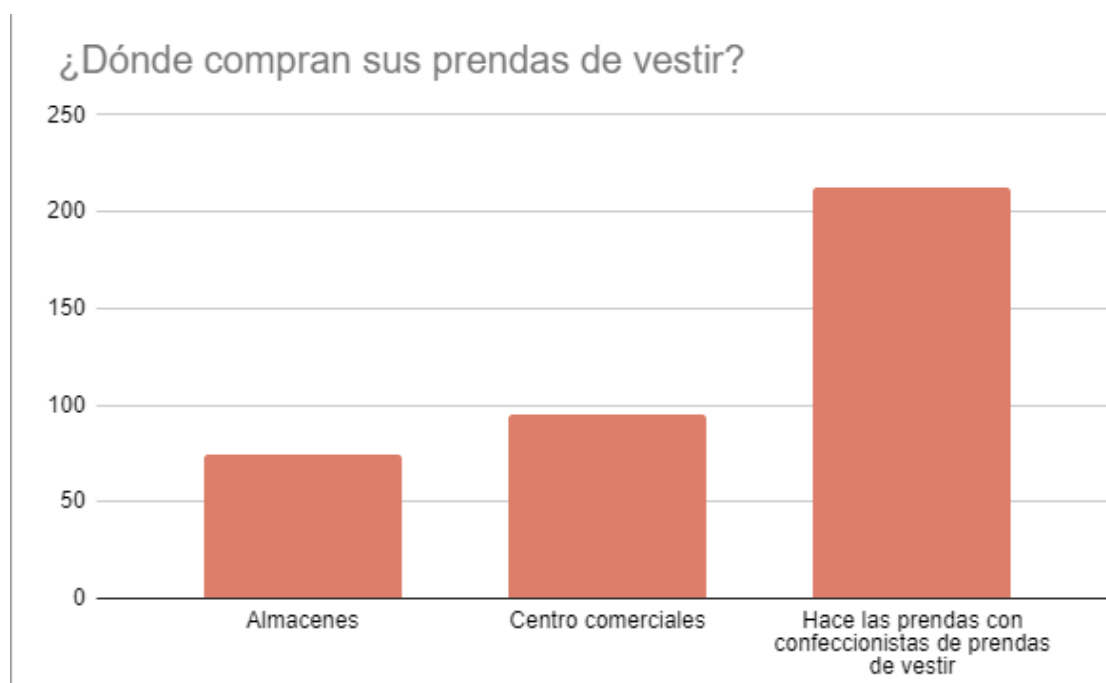


Gráfico 12.

Tabla 48.

¿Dónde compra sus prendas de vestir?		
		Personas
Almacenes	19.5%	74
Centros comerciales	25.1%	95
Confeccionistas de prendas	55.4%	211

Fuente: Elaboración propia

El 55% de la población prefiere adquirir sus prendas con confeccionistas, es decir que 211 personas encuestadas así lo prefieren.

7.

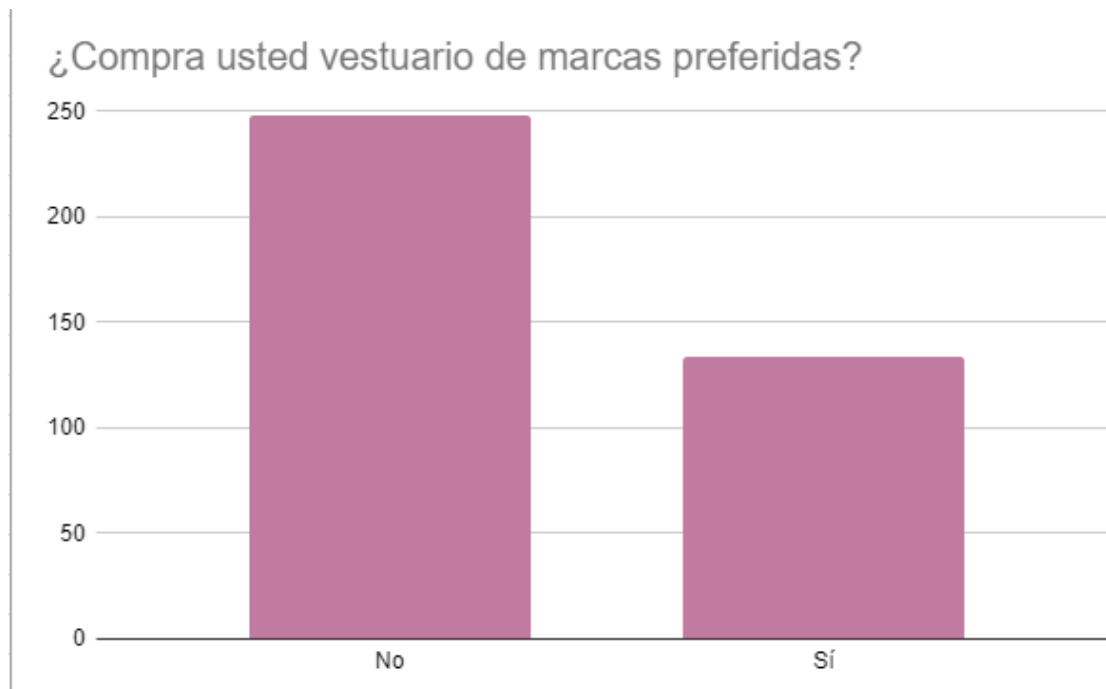


Gráfico 13.

Tabla 49.

¿Compra usted vestuario de marcas preferidas?		
		Personas
Sí	35.1%	134
No	64.9%	247

Fuente: Elaboración propia

Las personas encuestadas dicen que no tiene preferencia a la hora de adquirir un producto o prendas de vestir y esto representa un 64,9%, quiere decir, que están abiertos a adquirir prendas de la marca que más le convenga o le satisfaga.

8.



Gráfico 14.

Tabla 50.

¿Le gustaría contar con un asesor en vestuario?		
		Personas
Sí	78.2%	298
No	21.8%	83

Fuente: Elaboración propia

El 78,2% de la población encuestada, quiere contar con un asesor de vestuario a la hora de adquirir ropas, por lo tanto, significa una gran oportunidad de negocio para brindar asesoramiento a las personas que lo necesitan.